



Kleinefeine Schreibschule für Jung & Alt
Dr. Erna R. Fanger Hartmut Fanger MA

FUTURJETZT

Unternehmen Gesamtkunstwerk – Plädoyer für eine neue Unternehmenskultur

Günter Faltin: *Wir sind das Kapital. Erkenne den Entrepreneur in Dir*
Aufbruch in eine intelligentere Ökonomie, Hamburg 2015

„Wir haben die Chance, eine bessere Welt zu bauen. Liebvoller, witziger, feinfühlig und künstlerischer (...). Aber wir müssen (...) es selbst unternehmen. Es nicht den bloßen Gewinnmaximierern überlassen“, so das Plädoyer des Autors. Letzteres gehe deutlich über die Ressourcen unseres Planeten hinaus. Eine seiner Maximen dabei lautet: Komplexität reduzieren, ohne reduktionistisch zu sein. Einfach denken. Was wiederum ein hohes Maß an Bewusstheit voraussetze. So dürfe man etwa von der Wirtschaft nicht erwarten, dass sie die Strukturen, die sie hervorgebracht hat, selbst abschaffe. Alle, die sich hier eine neue Ordnung wünschen, sind aufgefordert, Eigeninitiative zu ergreifen, sich bei Bedarf zusammen zu tun. Wer diesen Weg beschreitet, hat mit dem herkömmlichen Unternehmertum wenig gemein. Faltin spricht allein schon von daher nicht vom Unternehmer, sondern vom Entrepreneur. Worunter er einen Brückenbauer zwischen Kunst und Leben, Beruf, Träumen und Visionen versteht. Das Unternehmen selbst will er als „Gesamtkunstwerk“ erachtet sehen. Wobei der Entrepreneur vor dem Hintergrund der „Democratize Innovation“ agiert, wo Wissenschaft bewusst Laien, deren Interessen und Kenntnisse für sich nutzend, mit zu Rate zieht. Von Millionen Nutzern frequentierte Plattformen wie Wikipedia oder YouTube, aber auch Initiativen wie „Urban Gardening“, funktionieren nach diesem Prinzip, wo jeder aufgefordert ist, seine Werte und Ideen mit einzubringen.

Doch wie sieht das konkret aus, ein solches Unternehmen zu realisieren. Faltins Forderung: In erster Linie sollte es Produkte anbieten, die sich durch Nachhaltigkeit und Qualität auszeichnen, nicht durch Marketingstrategien. Ein Produkt, hinter dem man steht, auf das man stolz sein kann und das man aufgrund seines hohen Nutzens und der herausragenden Qualität gerne Freunden zukommen lässt. Versteht sich von selbst, dass sich dies ‚unter Freunden‘ schnell herumspricht. Insofern bedarf es weniger eines Werbefeldzugs als vielmehr einer gut funktionierenden Gemeinschaft, die ein solches Produkt kommuniziert. Sozialen Netzwerken kommt hierbei eine entscheidende Funktion zu. Unabdingbare Voraussetzung: Ein gutes, innovatives Konzept. Wobei es weniger darum geht, ein Produkt neu zu erfinden, als vielmehr Altbekanntes neu und anders, innovativ eben, zu denken. Etwa weniger Verpackung, dafür mehr Inhalt von Qualität, kürzere Transportwege, dafür weniger Umweltbelastung. Jedes x-beliebige Produkt könne im Hinblick auf Ökologie, Preis-Leistungsverhältnis, Qualität und Nutzen hinterfragt und neu arrangiert werden. Wobei er die Gabe zur Innovation jedem unterstellt. Nach dem

Motto des Potsdamer Hasso-Plattner-Instituts „Don't wait. Innovate!“ „Die Erde bietet genug, um jedermanns Bedarf zu decken, aber nicht jedermanns Gier“, wird hier auch Gandhi bemüht. Dessen Leitsätze für Ökonomie, wie „erschwingliche Preise und Nachhaltigkeit“, sind gerade heute wieder von brennender Aktualität. Die Möglichkeiten, unsere Kreativität einzusetzen und diesem Postulat mit Fantasie, Neugier und Leidenschaft entgegenzukommen, sind unerschöpflich. Wagen wir's also, seien wir mutig, packen wir's an!

Unser herzlicher Dank für ein Rezensionsexemplar gilt Murmann Publishers!

Erna R. Fanger
schreibfertig.com